徹底した透明性 102-12,102-15,103-1

花王は、製品に関する透明性を高め、正しい情報を適切にわかりやすくお伝えしていくことが、生活者の正しい選択や快適な暮らしにとって重要であると考えています。ウェブサイトやさまざまなステークホルダーとの交流の場を通じて、タイムリーに情報を開示しています。

ESGキーワード 科学的根拠にもとづく情報開示 / 香りに関する方針と香料成分名の開示 / 社会的に関心が高い成分の方針開示 / サプライチェーンにおける透明性 / 化学物質の有用性と安全性に関する情報開示

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

現代の社会生活においては、個人にとって必要なあるいは重要な情報を得たいというニーズが高まるとともに、IoTの発達でより多くの情報を手軽に入手できるようになっています。生活者においては、環境や社会に配慮した製品やサービスを選んで消費する「エシカル消費」が広がりをみせており、個々の製品の品質はもちろんのこと、信頼できる企業から製品を購入したいという考えが広がりつつあります。

しかしながら、企業やモノの情報はまだ断片的であることが多く、生活者は正しい選択ができないのが現状です。また、企業は、正しい情報を適切に開示することで、生活者や他のステークホルダーとの対話を促進することが求められるようになっています。

花王は、社会やモノのつながりが透明となり、誰もがよりよい社会構築に参画できること、よりよい社会構築という目的と意志の下に、企業とステークホルダーそれぞれが所有する情報や考えを裏表なく共有し、対話できることをめざしています。また、正道を歩む会社であるとともに、科学的根拠に基づいた、生活者に役立つ商品を提供し続けたいと考えています。

また、企業には消費者・生活者への説明責任のみならず、それ以外のステークホルダーに対しても、透明性や説明責任が一層求められています。各種の法や規則等を順守することはもちろん、社会的に有用と考える情報を適時・正確かつ公平に開示することをめざして、株主、投資家、社外評価機関に対しても対話と情報開示コンテンツの充実を図っています。

私たちは、生活者の皆さまが直接触れることが多い、製品に関わる情報をお届けすることを第一優先と捉え、活動を進めています。

花王が提供する価値

生活者が正しい情報を入手することで、安全・安心な商品・サービスを選びやすくなり、快適な暮らしを送ることができます。また、生活者個人の選択が、本人が意識することなくSDGsに貢献することになり、これらの活動による環境影響が、地球が許容できる範囲内に留まることが大切だと考えています。

その結果、生活者と社会が互いの信頼に満ちあふれ、持続可能な成長やイノベーションの創出、新しい価値の提供、新しい市場や雇用の創出がなされる世界が生まれると信じています。

貢献するSDGs

徹底した透明性 102-43,103-2,404-2

方針

透明性に関しては、花王ウェイ、花王 ビジネス コンダクト ガイドラインを基本に、個人・社会・地球に対して正しい選択をするために、必要な人が必要とされる情報を必要な時に簡単に入手できること、そして、その正しい情報をもとに、ステークホルダーとの対話がより発展していけるよう、活動を推進しています。

教育と浸透

「正道を歩む」は、花王ウェイに記載されており、「My Kirei Lifestyle」の基盤でもあります。法や規則等の遵守はもちろん、個人個人が倫理に則って社会的に正しい行動をとることがとても重要視されています。この考え方は、研修など特定の機会のみならず、日常の業務を通して社員の間に浸透され、仕事を離れた日々の生活においても徹底されています。

また、同じく花王ウェイに記載された「消費者起点」や「グローバル視点」の考え方に則り、世界中の生活者のために必要な情報とは何かを各ステークホルダーとの対話を通して学んでいます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

製品関連情報に対して生活者から直接お問い合わせいただくご相談、ご意見のみならず、流通、NPO／NGOとの対話の中から、社会と市場からのニーズをくみ取るようにしています。

また、製品の透明性向上のためには、サプライヤーとの協力が不可欠であり、業界団体とも連動して、製品情報開示の動きを進めています。

さらに、アカデミアとの交流を通じて、常に最新の科学的知見の収集を行なっています。

体制

私たちは、すべてのステークホルダーに花王のありのままの姿をお伝えすることが徹底した透明性につながると捉えています。これまでも各主管部門が透明性向上の活動を進めてきました。

その中でも特に注力すべきものとして、生活者の皆さまが直接触れることの多い、製品に関わる情報に関しては、日本よりも欧米の生活者からの要望が強く、グローバルかつ部門横断的な活動を加速することが必要と考えました。

そこで、2019年に、ESG委員会の下部組織であるESG推進会議内に製品情報開示のためのタスクフォースを設置し、まずは世界的に見て開示要求が強い香料成分の開示に的を絞り活動を開始しました。タスクフォースでは、日欧米からの選抜メンバーによって、情報収集と整備を担うチーム、IT他インフラを整備するチーム、欧州、米州各リージョンで活動を担うチームなど、5つのワーキンググループが設定されています。2020年は2～3カ月に1回の頻度で、日米欧の互いの進捗と課題を確認する全体会議を開催し、その結果はESG推進会議で報告しました。

当初は欧米中心のパイロットプロジェクトとしてスタートしましたが、2020年はこのプロジェクトを進めつつ、開示対象のブランドを日本やアジアの家庭品、ならびに化粧品に広げていくための準備チームを設立するとともに、互いの進捗や課題を共有化する場を設けています。これによって、地域、分野限定の活動から全社的な活動へと一歩踏み出すことができました。

各準備チームでは、開示するブランドの優先順位を設定し、香料情報の収集ならびに事業分野固有の課題がないかの検討を進めました。また、情報開示をより正確に、タイムリーに進めるためのITシステムの検討も開始しています。IT整備チームは、2020年夏以降ほぼ1回/週の頻度でミーティングを開催しており、早期のシステム稼働をめざして邁進しています。

➡ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

徹底した透明性 103-2

中長期目標と実績

2030年長期目標

私たちは、必要な情報(量・質)が入手できるブランドを「透明ブランド」と定義し、2030年までに花王が所有し、販売しているすべての家庭用品ブランドが「透明ブランド」となることを目標としています。そして、生活者の皆さまがより簡単でわかりやすいと感じていただける情報の開示方法も検討していきます。

中長期目標を達成することにより期待できること

製品の持つ情報に対する企業と生活者の非対称性が解消し、製品を選ぶ選択軸が増えることが期待できます。その結果、生活者と企業が共通の情報を介して、ともに、「ESG視点のよきモノづくり(ESGよきモノづくり)」、よりよい社会構築に参画できるようになると考えています。

事業インパクト

生活者が必要とする情報を獲得し、生活者にとって意味のある製品や安全で安心な製品を選べることは、市場拡大の機会となり、花王が正しい行動と商品開発を行なうことにつながると考えています。

また、一部流通では、香料のみならず、用いられている成分や環境インパクト等の情報をもとに、取り扱う商品の選別も進められています。花王にとって、環境や生物多様性に配慮した持続可能なモノづくりと、製品情報の公開を進めていくことがますます重要となっていきます。

ある調査※によれば、現代およびこれからの市場を支配する、ミレニアル世代・Z世代の約4割が環境・社会への好影響を与える製品を選択的に購入しているとの結果があり、これらの世代の要求に応えることが必要であると考えています。

※ デロイトミレニアルサーベイ(2019)

社会的インパクト

生活者が正しい情報をもとに、生活者にとって意味のある製品や安全で安心な製品を選ぶようになることは、花王のみならず他の企業にとっても行動変容の機会となります。それは、社会全体が環境や生物多様性などに配慮した持続可能な生活と商品、サービスを選ぶことにつながると考えています。

そこに発生した課題もまた情報として世の中に発信され、見える化が進むことで、その課題の解決手段を有する個人や企業、団体等の参入による新たな協働が生まれる社会が形成されると考えています。

徹底した透明性 103-2,417-1

2020年の実績

花王の「香りに関する方針」を日本およびグローバルサイトに公開するとともに、日本およびアメリカの合計11のブランドで香料成分名を公開しました。また、社会的に関心が高い成分である防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、シリコーン、紫外線吸収剤の5つの成分についての考え方を、日本およびグローバルサイトに公開しました。

実績に対する考察

今回、香料成分に関する情報開示がスタートできたのは、製品の透明性向上について共感いただいた香料サプライヤーのご理解とご協力があってのことです。一方、2020年に開示ができたのはごく一部のブランドにすぎず、引き続き、より多くの香料サプライヤーと密接な連携を図っていくことが重要であると感じています。

2020年の活動を通じて、サプライヤーとの交渉や契約、情報の入手と整理、情報開示後の問い合わせ体制の準備など、一連の作業量や課題を把握することができました。今後さらに情報公開するブランドを拡張するとともに、よりタイムリーに情報をお伝えするには、社内の各種データベースやシステムの連携が不可欠であることもわかりました。すでに一部システムの機能増強や自動化に着手しており、2021年内の稼働をめざしています。

また、最近では、香料のみならずその他の成分情報、環境へのインパクト、サプライチェーン全体の透明性が求められ、お伝えすべき相手も生活者の他にさまざまなステークホルダーが対象になります。そのためにはさらなる社内体制の強化、各データベースの充実とシステム間の連動、社内外の連携を進め、2030年までの100%「透明ブランド」化の目標を前倒しで実行していきたいと考えています。

徹底した透明性 417-1

具体的な取り組み

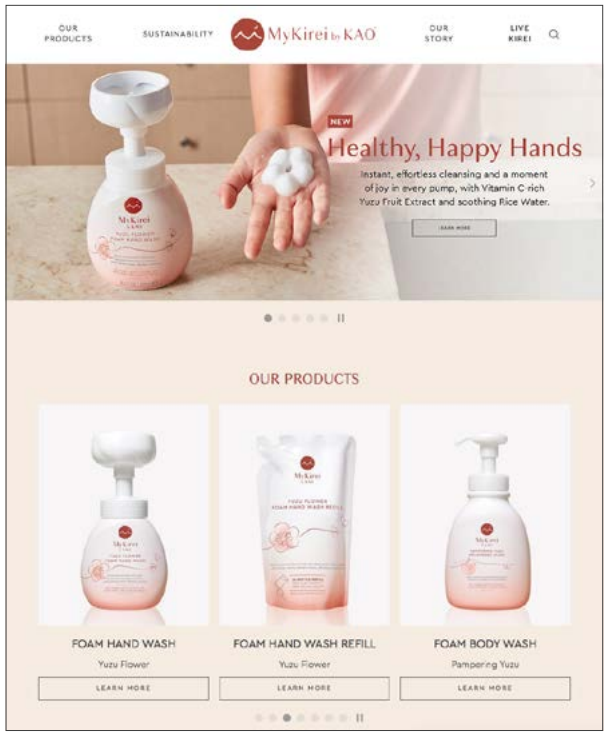
ウェブサイト「製品カタログ」や各種製品サイトにおける配慮

お客さまがこれから購入しようとしている製品や、すでにお手元にある製品が、安心して購入・使用できるかの判断に必要な情報を開示しています。

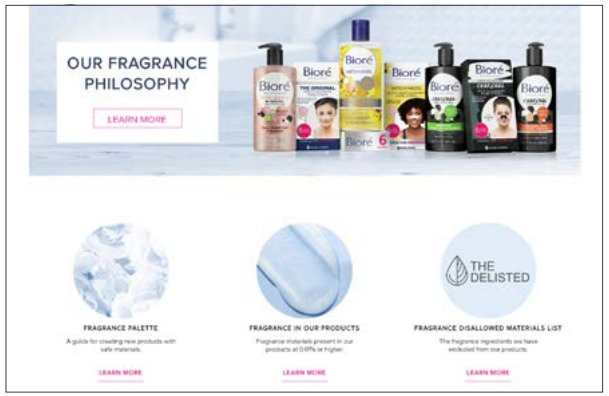
ウェブサイトにある「製品カタログ」や各種製品サイトを通して、製品の特徴や製品に用いられている成分に関する情報を科学的根拠に基づいて掲示しています。

2020年は、エシカル消費意識の高いお客さまに向けて、アメリカのMyKireiとBioréブランドで、また、日本のファブリック＆ホームケア商品の一部で製品中の香料成分に関する情報公開をスタートしました。

➡製品カタログサイト
www.kao.com/jp/products/



➡MyKirei by Kao ブランドサイト
www.mykirei.com/en-us/



➡US Bioré ブランドサイト
www.biore.com/en-us/fragrance/

徹底した透明性 417-1

香りに関する方針ならびに香料成分名の開示

2020年5月に公開した「香りに関する方針」では、香りを通した“よきモノづくり”への思いや提供したい価値、香りに関する研究事例などを紹介しています。また、製品中に0.01重量％以上配合されている香料成分情報を開示していくことを記載しています。

この基本方針の下、さらに業界の動きにも連動しながら、日本およびアメリカの合計11のブランドで、香料成分名の公開を開始しました。

社会的に関心が高い成分の方針開示

2020年12月に開示した社会的に関心が高い防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、シリコーン、紫外線吸収剤の5つの成分については、科学的根拠を踏まえた花王としての使用方針や考え方を開示しています。

➡詳細はP57「快適な暮らしを自分らしく送るために＞より安全でより健康な製品」

サプライチェーンにおける透明性

サプライチェーンにおいても透明性を高める活動を推進しています。資源保護、環境保全や安全、人権などに配慮した原材料を調達するとともに、トレーサビリティの確保に努め、サプライヤーとの対話を通じ、よりサステナブルな原料調達をめざしています。

2020年には花王が購入しているパーム油脂の搾油ミルリストを公開しています。

➡2020年度ミルリスト
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/procurement/procurement-progress/progress-2020/

➡詳細はP79「思いやりのある選択を社会のために＞責任ある原材料調達」

化学物質の有用性と安全性に関する情報開示

SAICM推進の基本方針のもと、「責任ある化学物質管理」の一環として、生活者と社会に対して、これまで行なってきた化学物質の安全性に関する情報のわかりやすい開示に加え、有用性情報発信の取り組みを開始しました。

➡詳細はP219「正道を歩む＞責任ある化学物質管理」

徹底した透明性

従業員の声

グローバルで推進する香料成分開示

森 厚人

花王株式会社
技術法務センター 主席部員

ESG戦略の一環として、香料成分開示のプロジェクトをグローバルに進めています。家庭用製品における香りは、製品の魅力を高めるのに必要なものです。香料はその繊細な香りを表現するためにいろいろな原料を組み合わせて作り上げられていますが、通常は香料成分の情報は開示されないため、生活者の香りへの安心感を得るまでには至っていません。

香りの成分に対する興味は、地域や人によって大きく異なり、グローバルに基準を統一して開示を進めていくのは容易ではありません。現在、欧米のメンバーが積極的に課題解決に取り組んでいます。わかりやすい方法で積極的に成分を開示していくことによって、すべての生活者の安心感を高め、幸せな生活に貢献できると信じています。

成分開示が生活者の正しい選択のカギ

Chrysann Wallace

Human Capital Development, Americas,
Mass ESG, Senior Manager

花王は、Kirei Lifestyle Planの取り組みのひとつ、「徹底した透明性」の一環として、製品の成分情報を適切にお伝えすることが、生活者の正しい選択に重要であると考えています。香料に関する透明性の向上は、新たな試みのひとつです。この取り組みにより、花王と、花王製品をご愛用いただく世界中の皆さまがきめ細かなコミュニケーションを取り、信頼関係を保ち続けることができると信じています。

この情報化の時代には、確かなデータを有意義な方法で生活者の皆さまにお伝えすることが重要です。花王は製品開発のすべての段階において、製品の安全性を第一に考えています。生活者の皆さまにそのことを知っていただき、安心して製品をご使用いただければうれしく思います。

人体や環境に影響のない原材料の選択と開示

Dr. Frank Golinski

Kao Europe Research Laboratorie
Hair Beauty Care, Director

私たちの顧客が知りたいと思っているのは花王製品の調合方法、成分の由来、製造方法、そして人体や環境への影響についての情報です。

研究開発における私たちの使命は、最大限の効果がある一方で、人体に悪影響がなく、環境への影響を最小限に止めるような原材料を慎重に選ぶことであり、同時にこういった努力を可能な限り公開することなのです。